我们是怎样用 VR 视频讲好中国故事的

——专访五洲传播中心新媒体部副主任向忻

文丨王婉月

《中国传媒科技》：请简要介绍一下五洲传播中心在 VR 旅游外宣产品方面的创新工作。

向忻：五洲传播中心在 VR 旅游外宣产品方面的创新工作主要可以总结以下几个方向：一是，“新奇性”一直是大众捕捉信息的重要依据之一，在高楼大屏、现场舞乐等方式日渐被大众所习惯的当今，VR 新技术展现的内容更容易与大众的猎“奇”心理产生化学反应，吸引大众驻留关注。二是，因为中国文化中很多精华内容来源于天、地、人的交融互动或漫长岁月中的心念相续，所以文字、图片、视频等形式往往无法为海外受众提供较为圆融生动的表达。而 VR 技术强大的虚拟现实能力，却可以更好地再造相关场域，将中国文化中的上述内容更好展现。三是，VR 技术营造的“在场感”、“沉浸感”，使得内容本身可以全面吸引受众注意力，从而使受众对内容留下更深印象；同时，因为实景式体验更好地消除了语言、经验隔阂，也使观者更容易理解内容。四是，VR 技术 360 度的场景实录与 CG 技术模拟，也可以更好地超越场地时空局限，以有限空间展现更丰富的中国文化内容。

五洲传播中心在 VR 旅游外宣产品方面的创新工作主要是由五洲传播中心新媒体部负责。五洲传播中心新媒体部秉持 " 让世界了解中国，让中国了解世界 " 的宗旨，以开拓新媒体技术与影视外宣的融合发展为目标，以新媒体技术与外宣融合为主要特色，凭借创新型科技 + 文化传播的团队，致力于打造新媒体传播平台，创建外宣新媒体品牌。

从 2013 年起，五洲传播中心新媒体部着手虚拟现实技术课题研发，以财政部支持的三维中国为核心项目，在国务院新闻办公室与国家旅游局的共同指导下，推动了多个 VR 旅游外宣活动的落地，其中最主要的活动包括：

2014 年，推出首个 VR 旅游外宣活动——“ 3D 美丽中国在线旅游外宣推广活动”（图 1）；

2015 年 9 月，联合路透社在纽约时代广场路透社北美总部举办了首个 VR 旅游外宣线下活动——“美丽中国体验日“（图 2）；

2016 年，联合北京电影学院举办了首届“遇见中国”青年 VR 视频大赛活动（图 3）。活动通过从青年人的视角看中国，展示中国的 VR 内容创意，并配合中美旅游年，在耶鲁大学和美利坚大学进行了展映（图 4）。




“美丽中国”活动启动仪式（图 1）



3D“美丽中国”登上纽约时代广场大屏幕（图 2）



"遇见中国"青年 VR 视频大赛颁奖典礼现场（图 3）



"VR 美丽中国"配合中美旅游年，在耶鲁大学和美国大学进行展映。（图 4）

2016 年 1 月，"美丽中国体验日"受邀参加了在日本东京举办的"2016 中国节"活动。"3D 美丽中国"成为活动亮点，吸引了众多的日本受众，人群在寒风中排起长队等待亲身体验"美丽中国"。（同图 10）

2016 年 8 月，"VR 美丽中国"活动受邀参与了国务院新闻办公室"感知中国·蒙古行"活动。（同图 11）

与此同时，我们还在 2016 年联合国家新闻出版研究院、美国先进影像协会、DELL、AMD 等国际机构成立了"五洲 VR / AR 新媒体国际联合实验室"，进一步推动我们的 VR 旅游外宣创新工作（图 5/6）。



五洲 VR/AR 新媒体国际联合实验室揭牌（图 5）



五洲 VR/AR 新媒体国际联合实验室交互体验展示（图 6）

《中国传媒科技》：请谈谈 VR 旅游外宣产品运营取得的成绩，请谈谈主要经验和心得？

向忻：高盛在报告中指出：VR 和 AR 有潜力成为下一个重要计算平台，如同 PC 和智能手机，Digi Capital 预测至 2020 年，全球 AR 与 VR 市场规模将达到 1500 亿美元。虚拟现实作为未来的发展方向，将取代手机、电视等传统媒介，成为颠覆体验的新兴媒介。在这股大潮之中，五洲传播中心早在 2012 年就涉足 3D 新媒体领域，2014 年便开始进行 VR 技术布局，至 2015 年"五洲"已拥有了世界领先的 VR 技术成果并将其成功地运用到对外宣传领域，以同步世界先进信息技术的节奏开启了向世界推介中国的创新之路。

就 VR 旅游外宣产品运营取得的成绩方面：

2014 年我们立项执行了国务院新闻办公室和国家旅游局联合的第一个 VR 旅游外宣活动——"3D 美丽中国在线旅游外宣推广活动"。

当时我们通过 VR 技术、线上的传播方式，传播到了美国、芬兰、印度、欧盟、日本、新西兰、阿联酋等 24 个国家和地区。之后我们不断总结海外推介活动经验，从线上走到线下，并最终实现线上、线下联动推介，扩大了活动整体的宣传力与影响力。

"美丽中国"作为创新型旅游外宣项目，被命名为"美丽中国在线旅游外宣推广活动"，列入国务院新闻办与国家旅游局 2014 年旅游外宣合作行动计划，并得到了高度重视和大力支持。

2015 年我们与路透社成功联合主办了"美丽中国体验日"美国巡展系列 VR 旅游外宣活动。"3D 美丽中国体验日"美国巡展活动在位于纽约时报广场的汤森路透美洲总部拉开帷幕，并取得了圆满的成功（图 7/8、9）。

汤森路透、雅虎、NBC、纽约时报、赫芬顿邮报、CBS、纽约邮报、Travel&Leisure 等主流媒体纷纷对此活动进行了报道。活动发布在来自 41 个国家的 694 家网站，覆盖人群超过 2.1 亿。

汤森路透互联网全球总裁 Riordan William 先生在体验过程中不断地发出"太神奇了""难以置信"的赞叹，认为这



中国驻纽约总领馆副总领事张美芳女士为活动致辞（图 7）

汤森路透全球互联网总裁 Riordan William 先生为活动致辞（图 8）

种展示中国的方式将会引领未来媒体潮流，很有前景，并希望接下来能够与中国有更多的合作。

2016 年 1 月 29 日，“美丽中国体验日”活动受邀参加日本东京举办的“2016 中国节”活动。(图 10)“2016 中国节”活动现场专设“3D 美丽中国”VR 展区，吸引了大量日本民众，中国驻日大使程永华先生特别提到：“3D 美丽中国”以先进的科技吸引了不同年龄不同层次的人群，得到了日本民众的热烈反响，是本次中国节活动的一大亮点，希望未来大使馆主办的活动与“3D 美丽中国”能够有更多结合。同期，“3D 美丽中国”VR 内容进入中国驻日本大使馆。

2016 年 8 月，“VR 美丽中国”活动受邀参与了国务院新闻办公室“感知中国・蒙古行”活动。（图 11）在“感知中国・蒙古行”活动中，国务院新闻办公室副主任崔玉英表示：这种形式易于为外国人接受，可以吸引更多的人通过这种方式了解中国文化。



汤森路透互联网全球总裁Riordan William先生体验3D美丽中国景观。(图9)



驻日大使程永华佩戴穿戴式设备体验“3D 美丽中国”（图 10）



国务院新闻办公室副主任崔玉英、蒙古国教育科技部部长巴特苏日一行参观“VR 美丽中国”展区（图 11）

《中国传媒科技》：请谈谈 VR 项目运营遇到的最大困难是什么，是如何克服的？

向忻：VR 技术还属于一个新技术的初始阶段，虽然市场热度很高，但在实际运营中，从商业模式到内容制作上，都还是具有一定困难的：

首先，在商业模式上，VR 目前还不具备 To C 的能力，用户基数少，平台技术标准分散，没有很清晰的用户使用场景闭环；

其次，在内容制作上，内容创作方向还不明确，用户使用行为习惯也不明确，大部分内容创作的产品设计模式还是参照于早期的仿真软件、Web 时代的虚拟展示的产品设计形式。如何找到真正的 VR 行为模式，通过 VR 思维来设计内

容和产品将会是未来产品设计、内容创作中很重要的一个部分。

“第三星球”隶属于五洲传播中心，是一个市场化运作的 VR 虚拟旅游项目，未来的目标是创建一个真正意义上的虚拟旅游平台，而在目前阶段的商业模式上，则更务实稳健地设定了 BBC（B to B to C ）的模式。在第一个阶段，B to B 的阶段，“第三星球”正在充分利用五洲的对外传播优势和20年的中国题材走出去的内容优势，通过“VR＋营销”、“VR＋外宣”的方式，稳步成长。

从 2013 年以来，“第三星球”已实现超过百个国内外景点的 CG VR 旅游内容的制作，是目前全世界 CG 虚拟旅游项目中体量最大的团队，并且每年实现近千万的营业收入，基本实现收支平衡。

下一个阶段，“第三星球”将加快内容建设，在推进两个“百个世界奇观”景点建设的基础上，将联合知名OTA公司、旅行社以及数字电视运营商，重点进行 VR 旅游的用户渠道建设。

《中国传媒科技》：在运营过程中，如何实现流量和用户数数量级的跨越？

向忻：正如上题所说，VR 项目受困于 VR 设备整体用户基数偏小的限制，在用户数和流量上想实现一个数量级的跨越有很大的难度。

以在上题所说的“第三星球”为例，“第三星球”作为一个 VR 旅游项目，该项目着力于建立一个旅游垂直领域和外宣垂直领域的 VR 用户闭环。在旅游垂直领域与外宣垂直领域，我们正在建设一个以中国题材为主的内容创作、海外分发和硬件覆盖的闭环，希望可以在垂直领域推动用户数量级的跨越。

《中国传媒科技》：贵公司的产品肩负国家形象对外宣传和经济创收等任务，如何兼顾内容运营经济效益和社会效益？

向忻：五洲是一个有着 20 年对外传播经验的国际化传播机构，长期的经验告诉我们，国家形象的对外传播和经济创收，是不矛盾的。

制作优质的中国题材内容，通过别人听得懂的语言讲述好中国故事，这是我们 20 年以来一贯的追求。VR 内容、VR 产品的创新也是一样。五洲新媒体部始终将 VR 当作一种新型外宣介质进行不断研发，推出优质的中国内容。

事实上，通过我们几年的海外 VR 活动的实施经验，我们发现 VR 这种新媒体形态，在海外的受欢迎程度还是非常高的。

基于不断的海外合作，我们认识到未来 VR 或许会成为一个平行于移动互联网的新的媒体平台。如何在这个领域讲好中国故事，传播好中国声音，是我们研发和努力的一个新方向。

五洲有创新 VR 技术手段和中国题材内容积累，同时具备走出去 20 年的渠道资源，在中国题材的 VR 内容走出去上具有海外传播的独特性和壁垒，我相信随着技术、内容、传播不断完善，在经济效益上也会获得丰硕的成果。

《中国传媒科技》：请谈谈与戴尔合作建立新媒体实验室的运作情况，以及科技成果孵化和创新情况？

向忻：五洲是国内运营 VR 技术最早的机构之一，也是全球最早应用 VR 技术的文化传播机构之一。作为一个外宣单位而非一个纯技术公司，如何充分利用好 VR 这个新媒体平台，进行 VR 的内容创新与技术创新，始终是我们高度关注的议题。

因此，在 2016 年底，我们和国家新闻出版研究院、美国先进影像协会、DELL 、AMD 等联合成立了“五洲 VR / AR 新媒体国际联合实验室”，以推动 VR 技术在中国题材、中国内容上的应用与传播，并在尖端的技术与内容优势结合下，开展 VR 与不同题材、不同领域创新融合的深入探索，从而确保五洲在 VR 新媒体融合发展上可以处于世界领先地位。

新媒体实验室的主要任务目标是运用新技术探索新的“VR+”系列应用研究，创新模式，构建新业态。探索内容、渠道、平台、经营、管理等深度融合，紧盯新技术前沿和发展趋势，积极借鉴、善加利用先进技术和渠道，探索信息内容、技术应用、平台终端、人才队伍的共享融通，以形成一体化的组织结构、传播体系和管理体制。

新媒体实验室成立的意义在于通过实验室，发挥共建单位在行业应用中的先进技术，加快提升 VR 技术团队的技术研发综合能力，研发具有行业领先地位的“技术 + 内容”的新型项目成果，更好地为推动创新性传媒运营模式提供领先行业的技术支持；对“VR+”系列应用领域的研发成果进行市场推广和项目共建。

通过对 VR+ 行业的应用，探索实验成果的市场价值和项目共建，为传统传媒工作的行政推动增加有力技术保障和研发方向。通过实验室的共建，搭建国际先进技术水平的 VR 体验中心，广泛为国内 VR 产业从业人员进行技术培训，同时在培训的过程中，挖掘 VR 产业综合性人才，为 VR 行业的人才培养和储备提供优秀的实验平台和交流平台。

同时，基于实验室研究成果，设计符合当下市场需要的项目孵化机制，吸引和支持创新型创业团队与实验室在实验成果与市场应用上的融合。创新传统运营模式，有效整合市场资源，实现实验成果盈利模式的市场推广。

新媒体实验室从去年 12 月份立项开始，已经开展了多次培训，论坛工作（图 12/13）。在孵化项目方面，目前有 VR ＋ 博物馆，互动娱乐，“一带一路”VR 创新联盟等多个项目正在推进中。相关内容由于还在保密期间，目前不便进行过多透露，不过相信在未来的 6 至 9 个月内，这些孵化项目将会呈现在大家眼前。



2016 年 4 月五洲传播中心 VR 视频沙龙（图 12）



2016 年 11 月首届“VR/AR+”媒体融合发展研讨会（图 13）

《中国传媒科技》：您认为 VR 旅游外宣产品的未来产品模式是什么？

向忻：VR 的体验是相当有趣的，每个人戴上都会有很强的视觉体验，这种体验上的与众不同是显而易见的。但是，VR 产品模式的探索却还有很长的路要走。

之所以说 VR 产品模式的探索还有很长的路要走，我认为归根结底还是因为 VR 的用户行为习惯并没有养成，或者是还没有一个很明确的 VR 产品思维路径。举一个例子，我们原来在做 VR 旅游产品的时候，会有一个很简单的初衷，就是让外国人可以像打游戏一样，走进故宫，走进长城，来体验中国，感受中国。但当我们把故宫、长城通过建模的方式建造出来以后，我们发现用户有点迷茫，不知所措，于是就有了大部分 VR 产品设计的下一个思路——“缺交互，加交互”。但是到底加怎样的交互，加入一些信息点，加入一些说明，还是走到每一个大殿弹出他的背景介绍？目前大部分 VR 产品的模式，都是为了交互而交互。

我们常说 VR 是一个虚拟社会、平行空间，虚拟社会、平行空间应该是有一个行为习惯和思维模式的。就像我们在生活中，我们走在故宫门口绝不会因为没有信息点而觉得茫然，因为我们有我们的行为习惯，会很自然地进行浏览和体验。VR 也一样，如何形成 VR 环境内的行为习惯，和如何按照 VR 的思维模式来创建 VR 内容，这会是一个需要摸索和探索的过程。

相信未来的 VR 产品模式该是怎样的，会由下一个成功的产品团队告诉我们。

《中国传媒科技》：有人说，IP 和生态圈是互联网文娱产业下一个风口，公司是否有 IP 的计划，未来有哪些举措？

向忻：五洲在内容创作上，主要还是会围绕着中国题材，创作中国内容。在不同的项目中，也会有一些围绕相关题材，相关主题的 IP 创作，例如“3D 美丽中国”、“一带一路”。

对于 VR 领域的未来，我们更专注于 VR 外宣的用户闭环建设上，在 VR 旅游项目如何助力中国旅游走出去、助力入境游的提升等领域发力。在产业布局上，我们将立足于发挥好五洲的对外传播优势，利用好 VR 新媒体的产业契机，对外讲好中国故事，对内摸索出成熟的商业模型，构建完整的 VR 传播渠道，打造一个创新型的文化走出去新媒体形态。媒